

# **Neuvottelukunnan viestintä ja tietoyhteiskuntabrändin kehitystyö**

Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunta 2.12.

**Euro RSCG Oy**  
**Account Director**  
**Janne Saarinen**

# Agenda

- \_ Neuvottelukunnan viestinnän keskeiset tavoitteet
  - \_ Mihin pyrimme?
- \_ Neuvottelukunnan viestinnän roolit ja vastuut
  - \_ Kuka vastaa ja kenelle?
- \_ Neuvottelukunnan viestinnän kanavat ja tämän hetken painopisteet
  - \_ Mitä, missä ja milloin?
- \_ Mistä suomi.fi-brändissä on kysymys?
  - \_ Lupaus ja viestit kansalaisille!
  - \_ Brändin tunnistet ja visuaalinen ilme!
- \_ Keskustelu muista brändi-linjauksista
  - \_ Brändin rajaaminen
  - \_ Suomi.fi-portaalin kehittäminen
  - \_ Suomi.fi-tunnuksen käyttö
  - \_ Ensimmäinen suomi.fi-kampanja

# Keskeiset viestinnälliset tavoitteet

1. Luodaan suomalaiselle tietoyhteiskunnalle ja sen palveluille tunnettuutta uuden suomi.fi-brändin avulla
  - \_ Yhteisen brändin avulla lisätään palveluiden tuntemusta ja kannustetaan niiden käyttöön, lisätään julkisen sektorin yhteistoimintaa palveluiden kehittämiseksi ja aktivoidaan yhteistyökumppaneita
  - \_ Kerätään palautetta ja herätetään keskustelua
2. Kerrotaan hallituksen tietoyhteiskuntapolitiikan edistymisestä yhdessä ja kohdennetusti keskeisille sidosryhmille
  - \_ Suuri yleisö
    - \_ Kohdennetusti esimerkiksi opiskelijat
  - \_ Elinkeinoelämä ja pk-yrittäjät
  - \_ Alan keskeisimmät järjestöt
  - \_ Julkiset toimijat

# Roolit ja vastuut

1. Neuvottelukunnan viestinnän peruslinjauksista päättää Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunta.
  - Ministeri hakee yli hallintorajojen meneville linjauksille vastuuministereiden hyväksynnän.
  - Neuvottelukunta koordinoi Suomi.fi-brändin linjauksia.
2. Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunnan viestintää ohjaa neuvottelukunnan viestintäryhmä.
  - Neuvottelukunnan sihteeristöstä pääsihteeriksi Kristiina Pietikäinen sekä neuvottelevat virkamiehet Taru Rastas ja Päivi Antikainen koordinoivat viestintää.
    - Viestinnän suunnittelussa kuullaan neuvottelukunnan jäseniä ja työryhmien edustajia.
  - Neuvottelukunnan viestintäryhmä kehittää Suomi.fi-brändiä yhteistyössä julkisen hallinnon (erityisesti valtiovarainministeriö, valtiokonttori, sähköisen hallinnon ja asiointin alaryhmä sekä epävirallinen sähköisen asiointin viestintätiimi) sekä muiden tietoyhteiskunnan kehittäjätahojen kanssa.
3. Neuvottelukunnan viestintä tapahtuu tiiviissä yhteistyössä LVM:n kanssa.
  - Neuvottelukunnan viestinnän suunnittelusta ja toimenpiteistä vastaavat LVM:n viestintä, viestintätoimisto Euro RSCG BNL ja kouluhankkeen osalta Helsingin yliopisto yhteistyössä neuvottelukunnan sihteeristön kanssa.
    - Työnjako lähtee siitä, että LVM:n viestintä vastaa poliittisesta viestinnästä ja viestintätoimisto keskittyy hankeviestintään.
  - Suomi.fi-brändin kehityksestä vastaa Euro RSCG Oy yhteistyössä edellä mainittujen toimijoiden kanssa.

# Keskeiset viestinnän kanavat ja niiden kehittäminen

## – Verkkoviestintä

- Neuvottelukunnan omat sivut: Ilmeen kehittäminen tukemaan suomi.fi-brändiä ja sisällön kehittäminen niin, että sivuilla ajankohtainen tieto valtionhallinnon ja kuntien tietoyhteiskuntahankkeista sekä hallituksen tietoyhteiskuntapolitiikan kuulumisista näitä aktiivisesti seuraaville tahoille.
- Suomi.fi-portaalin kehittäminen yhteistyössä VM:n kanssa
  - Suomi.fi-brändin ja portaalin integrointi
  - Paras kanava kerätä esimerkiksi kansalaispalautetta ja –keskustelua
  - Portaalia voidaan kehittää myös kansalaisille suuntautuvan ajankohtaisviestinnän kanavana
- Kuukausittainen uutiskirje neuvottelukunnan jäsenille, päättäjille ja muille sidosryhmille?

## – Tietoyhteiskuntapäivä

- Tästä enemmän seuraavalla sivulla

## – Jatkuva mediaviestintä

- Koordinoidaan yhdessä LVM:n sekä asianomaisten ministeriöiden viestinnän kanssa

## – Kampanjaviestintä

- Keino rakentaa yhteistyötä ja edistää merkittäviä tietoyhteiskuntahankkeita

## – Miniseminaarit

- Jatketaan Sosiaalisen median viitoittamaa tietä. Potentiaalisia aiheita esim. sähköinen asiointi

# Lähiajan viestinnän painopisteet?

1. Sitoutetaan valtionhallinnon toimijoita yhteisiin viesteihin ja suomi.fi-brändiin
  - Roadshow valtionhallinnossa alkuvuodesta 2009
2. Tuetaan neuvottelukunnan ajankohtaisia hankkeita, kuten:
  - Valmisteilla olevan tietoturvastrategian julkistus
  - ICT kouluissa -hankkeen paikallinen mediaviestintä
  - Sähköisen tunnistamisen linjausten media- ja vaikuttajaviestintä
3. Panostetaan Tietoyhteiskuntapäivään, jossa lanseerataan ulkoisesti suomi.fi-brändi
  - Aloitetaan 2009 pienimuotoisemmin. Kehitetään tapahtumaa vuosittain siten, että vuonna 2010 tähtäimessä valtakunnallinen tapahtuma.
  - Alustavaa ohjelmaa:
    - Avaus, viesintäministeri Suvi Lindén
      - Suomi.fi brändin ja Virtuaalivertin lanseeraus
    - Keynote-puheenvuoro: Kansainvälinen tutkija tai EU-vaikuttaja
      - Esimerkiksi Antti Peltomäki, EU:n komission tietoyhteiskunnan ja viestintien pääosaston varapääjohtaja
    - Keskustelu tietoyhteiskunnan tilanteesta ja kehittämisestä: Miten luodaan menestyvä tulevaisuuden yhteiskunta?
      - Panelisit edustavat sekä yksityistä että julkista sektoria
      - Kysymyksiä myös yleisöltä ja verkon kautta
    - Tietoyhteiskuntatekojen palkitseminen
4. Yhteiset suomi.fi-brändikampanjat muiden toimijoiden kanssa
  - Aloitetaan verkkolaskulla tai mobiilitunnistamisella – aiheella, joka kokoaa eri toimijat yhteen
    - Tukee myös suomi.fi-brändin lanseerausta
  - Kohdennetut kampanjat esimerkiksi vanhuksille tai opiskelijoille. Ensimmäisenä nettitalkkaritoiminnan yhteydessä.

# Uusi brändi pähkinänkuoressa

”Suomi.fi on suomalaista tietoyhteiskuntaa yhdistävä tekijä, joka nivoo palvelut ja toimijat yhteen.

Se inspiroi ja mahdollistaa innovatiivisen viestinnän ja kehitystoiminnan eri toimijoiden välillä.

Kansalaiselle suomi.fi-brändi on tietoyhteiskunnan palveluiden hänelle tuottaman lisäarvon symboli. Brändi auttaa kansalaisia tunnistamaan palveluita ja innostumaan niistä.”

Timo Suokon (2006) brändimääritelmää mukaillen

# Suomi-brändin tunnistet ja visuaalinen ilme

## – Brändin tärkeimpänä tunnisteenä toimiva virtuaalihakmo

### “Virtuaalivertti”, jonka koti on suomi.fi-portaalissa

- Hahmo on toteutettu sukupuolineutraaliksi, sympaattiseksi hahmoksi, jota voidaan hyödyntää monipuolisesti erilaisessa viestinnän materiaalissa
- Hahmo elää sähköisessä maailmassa ja on aina liikkeessä = toiminnallisessa roolissa!
- Hahmo voidaan joustavasti muokata erilaiseen toimintaan sopivaksi sekä eri muotoon (esim. värimaailmaa muuttamalla, hahmon vaatusta ja asentoja muuttamalla)

## – Pelkistetyistä hahmosta (merkki) ja suomi.fi-sanaparista (logo) muodostetaan suomi.fi-bränditunnus, joka on lupaus laadukkaasta julkisesta palvelusta

- Julkishallinnon verkkopalvelut merkitään tällä staattisella bränditunnuksella, joka linkitetään suomi.fi-portaaliin!

Tältä se näyttää!



Vertti



suomi.fi-tunnus

# BRÄNDIKARTTA



# Keskusteltavat linjaukset

- \_ Suomi.fi-brändi painottuu *julkisiin tietoyhteiskuntapalveluihin*
  - \_ Suomi.fi-portaali rajaa luonnollisesti brändiä, mutta sitä voidaan hyödyntää myös laajemmissa private-public-markkinointikampanjoissa
  - \_ Yksityiset toimijat voivat olla mukana yhteisissä palvelu/teemakampanjoissa
- \_ Suomi.fi-portaalia kehitetään luotavan brändi-tunnuksen ja virtuaalihahmon pohjalta
  - \_ Ennen brändin ja virtuaalihahmon ulkoista lanseerausta, keskustellaan VM:n kanssa suomi.fi-portaalin kevyestä "kasvojen kohotuksesta"
    - \_ Portaalin laajempi ja syvällisempi kehittäminen pohdittava erikseen
  - \_ Vuoden 2009 alusta suomi.fi-portaalin ja -brändin omistus siirtyy Valtiokonttoriin
    - \_ Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunta rakentaa yhteistyötä valtion it-palvelukeskuksen kanssa
- \_ Julkiset verkkopalvelut merkitään suomi.fi-bränditunnuksella, joka on lupaus laadukkaasta tietoyhteiskuntapalvelusta
  - \_ Motivoidaan niin valtion kuin kuntien toimijoita ottamaan tunnuksen omakseen. Tästä suunnitelmassa myöhemmin!
  - \_ Tunnuksesta on aina linkki suomi.fi-portaaliin?
- \_ Virtuaalihahmo elää tietoyhteiskunnan palveluissa ja sähköisissä kanavissa
  - \_ Erotuksena toiminnallisesta virtuaalihahmosta yhteisestä bränditunnuksesta tehdään mahdollisimman yksinkertainen ja tehokas "sertifikaatti"

# Mitä seuraavaksi?

1. Hahmon ja tunnuksen kehittäminen
  - \_ Käynnissä!
2. Suomi.fi-portaalin ja brändin yhdistäminen
  - \_ Selvitetään yhdessä VM:n ja Valtiokonttorin kanssa
3. Brändin integrointi julkisiin palveluihin?
  - \_ Tavoitteena, että keskeiset tahot motivoidaan tunnuksen käyttöön alkuvuoden aikana.
4. Brändikampanja tietyllä teemalla: Hahmo irtaantuu tunnuksesta
  - \_ Mahdollinen teema: Verkkolasku tai mobiilitunnistaminen
  - \_ Kick-off 10.3. tietoyhteiskuntapäivässä
  - \_ Kampanja yhteistyössä yksityinen, julkinen ja kolmas sektori
5. Virtuaalivertti jalkautuu tietoyhteiskunnan palveluihin
  - \_ Opastavat palveluketjut, havainnolliset animaatiot, erilaiset palautekyselyt...

Kiitos!